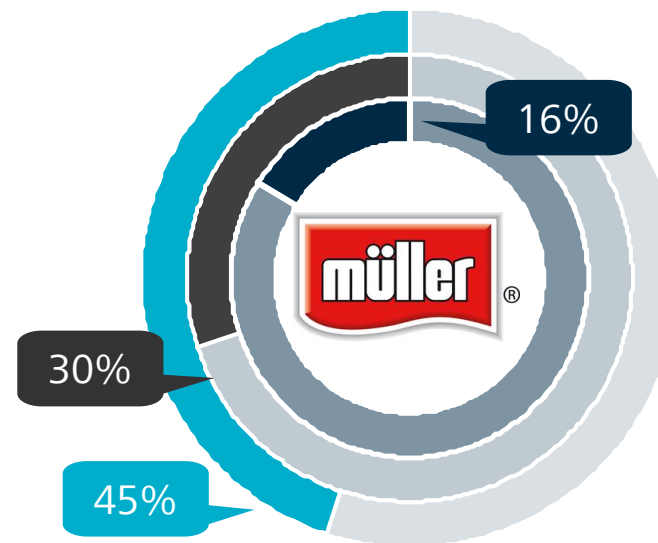


# CLP-Wirkungsstudie müller

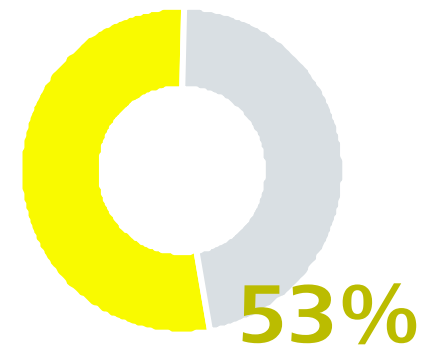
## Wirkbeitrag CLP für die Verbreitung der Werbebotschaft

### Werbeerinnerung nach Medien

- PoS-Radio
- Print
- CLP



Keine Werbung auf anderen Medien als CLP bemerkt:



**Quelle:** WallDecaux 2012, n = 2.081

**Basis:** GRPNet von WallDecaux (CLP-Einsatz in 32 Städten)

**Methode:** Online-Befragung nach Aushang in belegten Orten zzgl. Umland

**Zielgruppe:** Frauen 20-69 Jahre mit Plakatkontaktchance (Verwender Buttermilch)

**Höchste Werbeerinnerung im Mediamix für CLP**